
2023



El mercado de los alimentos vegetarianos y veganos en Polonia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Varsovia

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

18 de junio de 2023
Varsovia

Este estudio ha sido realizado por
Lua Santos Parceiro

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Varsovia

<http://polonia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0

1. Resumen ejecutivo

El mercado de productos veganos y vegetarianos (de ahora en adelante, productos *vege*) en Polonia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años debido al aumento de la conciencia sobre la salud y el medio ambiente, así como a la creciente disponibilidad de opciones *vege*. El objetivo de este estudio es profundizar en la situación de dicho mercado en Polonia. Para ello se han analizado los canales de distribución y la disponibilidad de este tipo de productos en el país, así como el perfil del consumidor y la competencia. Además, se han considerado las posibles oportunidades de penetración en el mercado para nuevas empresas.

Para este estudio, se han utilizado fuentes primarias y secundarias. Se han revisado informes gubernamentales, estadísticas de ventas de productos vegetarianos y veganos y encuestas a consumidores. También se han realizado visitas a supermercados y tiendas especializadas para observar la disponibilidad y variedad de productos veganos en el mercado.

Existe una gran variedad de productos *vege*, también denominados “plant-based”, destacando los sustitutivos de: la carne, la leche, el pescado, el yogur, el queso y los helados. Este estudio se centra en los sustitutivos de la leche y la carne, aunque también se mencionarán algunos productos derivados de la leche como el queso, o los sustitutos del pescado y sus innovaciones más recientes.

El mercado vegano en Polonia se ha incrementado en los últimos años, alcanzando, en el año 2020 un valor de más de 99 millones de euros según los datos de [Statista](#). A su vez, el mercado se puede dividir en cuatro grandes grupos: bebidas vegetales, platos preparados, pastas untables y yogures.

Se calcula que la población que se identifica como vegetariana o vegana supone ya un 12 % del total del país, aproximadamente más de 4 millones de personas.

El consumidor *vege* en Polonia tiene una edad promedio de entre 25 y 35 años, con una mayor proporción de mujeres que hombres. Sus principales motivaciones para eliminar el consumo de productos derivados o de origen animal son la salud, la ética animal y el medio ambiente.

Además del segmento vegetariano o vegano de la población, el creciente grupo de los flexitarianos es el que acapara el interés de las empresas del sector, siendo cada vez más, aquellas que responden a estos nuevos hábitos de consumo introduciendo productos de origen vegetal para satisfacer las necesidades del mencionado grupo.

La mayor parte de los consumidores vegetarianos/veganos se concentra en los principales núcleos urbanos del país, donde se encuentra la mayoría de la oferta, tanto de restaurantes como de tiendas especializadas en este tipo de productos.

De esta forma, la disponibilidad de productos *vege* en Polonia se puede considerar relativamente amplia, concentrándose en las grandes ciudades y núcleos urbanos.

El aprovisionamiento de los hogares polacos de este tipo de productos se realiza principalmente a través de los grandes grupos de la distribución minorista. En los supermercados más grandes, es común encontrar una sección especializada para estos productos, aunque la variedad puede ser limitada y los precios suelen ser más altos en comparación con los productos de origen animal. Sin embargo, las tiendas de descuento son, el establecimiento preferido de los polacos a la hora de comprar productos *plant-based*.

Asimismo, existe un incipiente comercio especializado en productos *vege*, en su mayoría presentes de forma online, como es el caso de *Urban vegan* <https://www.urbanvegan.pl/>, *Terra Vege* <https://terravege24.pl/>, *Organic 24* <https://organic24.pl/>.

Además de los canales descritos anteriormente, cabe mencionar el comercio mayorista como principal proveedor de los establecimientos del canal HORECA. Es precisamente este canal de distribución el que sitúa a Polonia, y más concretamente a la ciudad de Varsovia, en el plano internacional dentro del sector de la restauración *plant-based*. Según el ranking de [Happy Cow](#), esta ciudad ocuparía el noveno puesto mundial en lo referente a la disponibilidad de restaurantes con opciones vegetales.

Los principales actores dentro del mercado son las marcas internacionales, como *Beyond Meat* e *Impossible Foods*, además de grandes empresas polacas especializadas en sus orígenes en el sector cárnico o lácteo, como *OSM Łowicz* o *Sokolów Roślinny*, que están adaptando su actividad a las recientes tendencias creando nuevas marcas o ampliando su oferta de productos. Igualmente, cada vez son más las *start-ups* que lanzan sus innovaciones al mercado, logrando una muy buena acogida. Ejemplos de ello son las empresas *Wege Siostry* o *Food Jack*.

No obstante, las marcas internacionales tienen una mayor presencia en las grandes cadenas de supermercados, dado que colocar los productos en las estanterías de estas superficies supone poder hacer frente a unos requisitos mínimos de aprovisionamiento, lo que requiere una alta capacidad de producción; mientras que las marcas locales, con una producción que en muchos casos no puede hacer frente a las cantidades exigidas por estos establecimientos, se enfocan en tiendas especializadas y ventas online.

En lo referente a la oferta actual, se puede apreciar una gran variedad de sustitutivos de alimentos cárnicos como hamburguesas, *nuggets* o salchichas. Sin embargo, no se encuentra apenas oferta



en lo relativo a aquellos alimentos que pretenden sustituir los huevos, mariscos o pescado¹; dejando esta área del mercado como un nicho atractivo para aquellas empresas que decidan adentrarse en él.

Polonia es, por tanto, un mercado interesante y relevante para la comercialización de productos *plant-based*, y así lo refleja el comportamiento de los consumidores polacos de los últimos años, aumentando año a año el porcentaje de población vegetariana/vegana existente.

No obstante, la competencia en el sector es alta, como también lo es el nivel de innovación. Teniendo en cuenta estas variables, se recomienda al exportador español analizar en profundidad sus ventajas competitivas y su capacidad de adaptación ante un escenario en continuo cambio.

icex

¹ Artículo [Plant-based food in Poland](#)



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

